



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国液晶电视市场研究分析报告

一、调研说明

《2009年中国液晶电视市场研究分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/41782.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

近两年来，降价成为液晶电视市场的主旋律。据互联网消费调研中心ZDC 2008年8月31日的调查数据显示，32英寸液晶电视的市场均价已经降到5201元，42英寸降到8443元，46英寸降到12960元，47英寸降到10390元，52英寸降到20015元。国产液晶电视大幅降价使份额激增，两年来在北京家电市场首次追平外资液晶电视份额。

北京苏宁电器统计，目前国产液晶市场份额已占到55%左右，两年来在北京首次超越外资液晶市场份额。十一黄金周期间，国产液晶与外资液晶销售金额之比尚为3比7。北京国美电器的统计显示，上周末受降价刺激，国产液晶市场份额激增，由之前30%上升至45%左右。在大中电器，国产液晶市场份额也与外资液晶份额大幅接近。

国产彩电引爆的46、52英寸大屏幕液晶降价，主要受上游大屏幕液晶面板下跌影响。进入11月，32英寸液晶面板价格又开始下跌，预计年底32英寸液晶电视售价将跌破500美元，新一轮液晶价格大战爆发在即。

全球金融风暴加剧，实体经济受到不同程度冲击，海外市场需求开始萎缩。订单的下滑引起“国产品牌”出口受阻。而国内市场，房地产业发展放缓，直接导致家电销量紧缩。目前，家电厂家面临的最大问题就是库存问题。

另外，电视的原材料成本价格也在下降。而此次国产彩电抱团降价可谓一举两得，既缓解了厂家库存压力，也可借机打压外资品牌，进一步抢占市场份额。

【 目录 】

第一章 液晶电视行业国际发展概况

第一节 国际液晶电视行业发展概况

第二节 市场现状与特点分析

第三节 主要国家液晶电视市场概况

第二章 行业宏观发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、国际经济形势运行分析
- 二、国内经济形势发展分析
- 三、国内外贸易发展形势分析

第二节 政策环境分析

- 一、国际上对行业影响深远的政策法规分析
- 二、国内主要政策分析

第三节 技术环境分析

第三章 市场结构分析

第一节 行业一般特征

- 一、行业盈利水平分析
- 二、行业生产结构分析
- 三、行业消费结构分析

第二节 市场集中度分析

- 一、市场占有率分析
- 二、品牌集中度分析
- 三、产品集中度分析

第三节 影响市场结构的因素分析

第四章 市场需求分析

第一节 需求结构分析

- 一、城乡需求结构对比
- 二、区域需求结构分析
- 三、产品需求结构对比

第二节 各种需求行为分析

- 一、积极需求行为分析
- 二、消极需求行为分析

第三节 影响需求的因素分析

- 一、广告
- 二、价格

三、产品性能

四、销售地点

第四节 区域市场需求分析

一、主要市场需求容量对比

二、主要市场成熟度对比

三、主要市场消费者观念、行为对比

第五章 市场供给分析

第一节 生产能力现状

一、国际市场生产能力

二、国内市场产能扩张状况

三、近年国内市场主要企业产品产量

第二节 产品进出口情况

一、进出口数据统计分析

二、进出口结构分析

三、进口来源分析

四、出口流向分析

第三节 产品新建及扩建项目

第四节 产品生产成本分析

一、原材料成本分析

二、人工成本分析

三、制造费用成本分析

第六章 区域市场竞争状况分析

第一节 东北市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第二节 华北市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第三节 西部市场

- 一、市场现状
- 二、决定消费的主要因素
- 三、价格水平

第四节 华南市场

- 一、市场现状
- 二、决定消费的主要因素
- 三、价格水平

第五节 华东市场

- 一、市场现状
- 二、决定消费的主要因素
- 三、价格水平

第七章 主要厂商分析

第一节 索尼

- 一、市场地位
- 二、产品结构
- 三、销售策略
- 四、盈利状况

第二节 LG

- 一、市场地位
- 二、产品结构
- 三、销售策略
- 四、盈利状况

第三节 夏普

- 一、市场地位
- 二、产品结构
- 三、销售策略
- 四、盈利状况

第四节 三星

- 一、市场地位
- 二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第五节 海信

一、市场地位

二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第八章 市场发展趋势预测

第一节 国际、国内市场规模

一、国际市场规模预测

二、国内市场规模预测

第二节 产品竞争方式预测（主要分析是产品、价格、品牌还是服务哪个方面的竞争）

第三节 市场集中度分析

一、市场占有率变化预测

二、品牌集中度变化预测

三、主要地区渗透率预测

第四节 市场价格分析

一、影响市场价格因素分析

二、市场价格走势分析

第五节 区域市场预测

一、区域市场供求平衡预测

二、区域市场竞争格局预测

第六节 市场竞争策略建议

一、一线厂商竞争策略建议

二、二线厂商竞争策略建议

图表目录：

2008年1至12月中国液晶电视市场关注指数对比

2008年最受用户关注的十大品牌关注分布液晶电视

2008年五大主流液晶电视品牌关注度走势对比

2008年中国七大区域市场关注比例分布液晶电视

主流液晶电视品牌在七大区域市场关注度排名
2008年主流尺寸关注比例分布液晶电视
2008年1至12月主流尺寸液晶电视关注度走势对比
2008年1至12月高清与全高清液晶电视产品关注度走势
2008年中国市场不同价位液晶电视关注比例分布
2008年中国液晶电视市场价格指数走势
2008年1至12月中国液晶电视市场均价走势
2008年中国液晶电视市场32英寸产品主流品牌均价对比
2008年中国液晶电视市场42英寸产品主流品牌均价对比
2008年中国液晶电视市场46英寸产品主流品牌均价对比
2008年中国液晶电视市场52英寸产品主流品牌均价对比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41782.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。